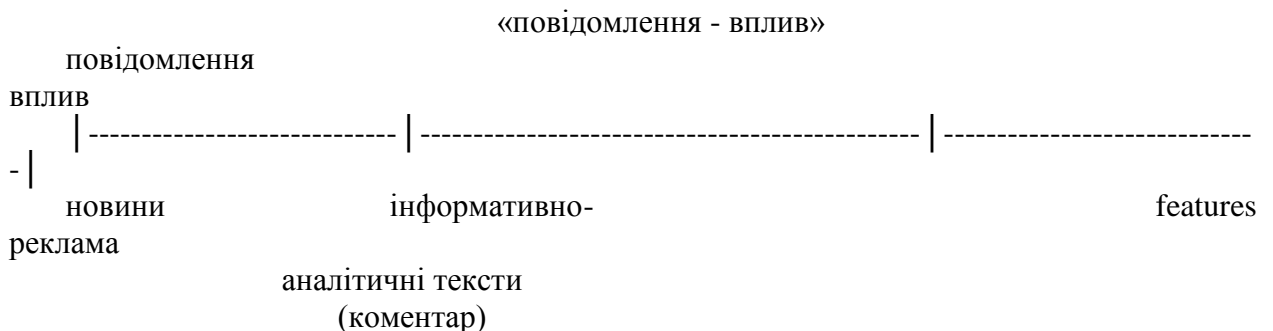


## Прагматика англомовного новинного медіатексту: маніпулятивний потенціал

Останні лінгвістичні розвідки свідчать про стійкий інтерес до вивчення текстів ЗМІ з позиції їх здатності впливати на всі соціально-політичні процеси в суспільстві, формувати громадську думку й мовну картину світу й навіть впливати на ідеологію та культуру. Адже у сучасному інформативному суспільстві сила впливу ЗМІ неймовірно зростає.

Новинний текст як базовий текст ЗМІ володіє усіма якостями, притаманними медіатекстам, але водночас має свої специфічні ознаки та особливі функції. Так, якщо поглянути на шкалу «повідомлення – вплив», запропоновану В. В. Виноградовим [1] у світлі функціонально-стилістичної диференціації мови, то можна побачити, що основною функцією новин є повідомлення:



Разом з тим, серед новинних текстів спостерігається тенденція не лише (й не стільки) повідомляти, а й впливати, що робить їх цікавим матеріалом для вивчення маніпулятивних стратегій.

До визначення новини можна підійти з різних позицій – з позицій філософії, теорії інформації й комунікації, теорії та практики журналістської діяльності, теорії дискурсу тощо. Оскільки новинний текст нас цікавить як базовий текст ЗМІ, спробуємо дати його визначення з точки зору класифікації газетних жанрів ЗМІ. Але попри численні дослідження, присвячені цьому питанню, чітка класифікація досі відсутня. Загальноприйнятна на сьогодні у вітчизняній лінгвістиці типологія газетних

жанрів включає в себе три родові групи газетних матеріалів – це інформаційні, аналітичні й художньо-публіцистичні. Вважається, що новини належать до інформаційних жанрів [7, с. 139]. В свою чергу, до числа інформаційних жанрів різні вітчизняні автори відносять інформацію (новину), інформаційне повідомлення, інформаційну кореспонденцію, інформаційний звіт, інформаційне інтерв'ю, інформаційний коментар, бліц-опитування, запитання-відповідь, репортаж, пораду, прес-реліз, програму, афішу, некролог. Крім того, інформаційне повідомлення має такі жанрові різновиди, як повідомлення про якусь подію, хроніку, анонс, анотацію, міні-рецензію, бліц-портрет, міні-огляд, міні-історію, міні-пораду [7, с. 63 – 72; 4].

Навіть при поверхневому погляді стає зрозумілим, що не всі серед зазначених жанрів повідомляють новину як таку. Деякі з них використовують вже готову інформацію, деталізують її, деякі опрацьовують її, що неодмінно передбачає суб'єктивно-оцінну інтерпретацію, інші повідомляють не фактичну, а «потенційну» новину, привертаючи увагу до майбутньої події, рекламують її.

По-іншому вирішується проблема жанрового статусу новини в англо-американській традиції класифікації жанрів ЗМІ. Новина виокремлюється в самостійний тип медіа-дискурсу. Так, наприклад, аналізуючи сучасні англійські медіатексти, Т. Г. Добросклонська виділяє чотири основні функціонально-жанрові типи медіатекстів: *новини (news)*, *інформаційну аналітику* й *коментар*, *публіцистику* й будь-які *тематичні матеріали (features)*, а також *рекламу*. Дана класифікація розроблена з урахуванням як функціонально-стилістичної диференціації мови, так і з опорою на комбінаторику функцій повідомлення й впливу в кожному з жанрів [3, с. 38 – 44].

Виокремлення новин як окремого жанру є справедливим і з точки зору таких критеріїв, як предмет розгляду тексту, його функції і методи. Предмет новини – останні події, відібрані відповідно до критерію «новинної цінності», функція – залучення уваги громадськості до аспектів дійсності, які

акцентуються, метод – стислий оперативний виклад суті події при мінімальному обсязі фонові інформації [5].

Як бачимо, поняття «*новинної цінності*» лежить в основі визначення новини. Більшість дослідників погоджуються, що цінність новини визначається цілим рядом факторів, таких як новизна, актуальність, просторова та психологічна близькість до адресата, значимість, можливі наслідки для масової аудиторії та фактор людської цікавості [10; 9].

Взаємодія цих факторів призводить до розміщення новинного тексту в конкретній точці «шкали новинності» – поняття, яке застосовується в зарубіжній комунікативістиці. Обрахувати координати тексту на цій шкалі можна за схемою: звичайна людина + звичайна подія = 0, звичайна людина + незвичайна подія = 1, незвичайна людина + звичайна подія = 1, незвичайна людина + незвичайна подія = 2 [6].

Оскільки **предметом** нашого дослідження є англomовні новинні медіатексти, доречним буде зазначити, що в англomовній журналістській традиції новинне повідомлення позначається загальноприйнятим терміном «*story*» (leading story, front-page story, minor story, backpage story, inside story, major story, etc). Іноді для позначення одиниці новинного повідомлення використовується термін «*news item*».

**Метою** дослідження є окреслення структури новинного повідомлення для того, щоб виявити явища, які є непритаманними текстам новин і, таким чином, можуть містити в собі певне функціональне навантаження.

Новина, як і будь-який функціональний жанр, має свою структуру, але на відміну від інших літературних жанрів, зокрема й деяких газетних жанрів, новина характеризується надзвичайно стійкою мікро- і макроструктурою, високим ступенем повторюваності та багаторазовою відтворюваністю. Таким чином, тексти новин характеризуються «прозорою» структурою, що робить їх цікавим матеріалом для вивчення механізмів впливу.

Структурна композиція тексту новин будується за принципом перевернутої піраміди. Це передбачає, що вся найцінніша та найголовніша

інформація повідомляється на-початку, інформаційне навантаження спадає по мірі розгортання тексту. Так, на самому початку подається стислий зміст повідомлення, який розкривають заголовок і вступ, далі подаються головні події, фон, і наприкінці – найменш важливі елементи – контекст, історія та вербальні реакції або коментар [2, с. 228 – 268]. Така структура полегшує процес виробництва й сприйняття тексту, допомагає концентрувати увагу й виділяти найголовніші елементи тексту.

Якісне новинне повідомлення повинно бути об'єктивним та повноінформативним, тобто відповідати на всі шість запитань, запропонованих римським оратором Квінтіліаном – *хто? що? де? коли? як? чому?*. Причому, заголовок та вступ (в англійській традиції – *lead*) повинні також містити в собі відповіді на ці запитання. Іноді, якщо заголовок та вступ дуже великі за обсягом, компонент *чому?* може випускатися.

Новинне повідомлення може повідомляти не лише про одну, але й про декілька подій одночасно, тоді й заголовок, і вступ повинні посилатися на ці події. Іншим варіантом висвітлення кількох подій у новинному тексті є згадування в заголовку найбільш важливої події, або тієї, яка відбулася останньою і має більш інформативне значення, відповідно до поняття релевантності, запропонованого Т. ван Дейком [2, с. 229, 250].

Описана модель, хоч і є ефективною, водночас допускає стильову й тенденційну варіативність серед різних видань і журналістів. Так новинний текст може бути тематично структурованим, наприклад у випадку, коли менш важлива інформація поміщається в заголовку або у вступі, або коли важлива інформація знаходиться в кінці чи зовсім випускається. Такі структурні трансформації, на нашу думку, можуть забарвлювати повідомлення, впливати на сприйняття тексту, маніпулювати думкою читача. Як пише Т. ван Дейк, новина сама по собі не структурована, структура приписується новині журналістом. І хоча однією з головних ознак якісного новинного повідомлення, англійського зокрема, є об'єктивно нейтральний стиль викладу, вплив на читача відбувається принаймні на одному з етапів:

при відборі фактів, висвітленні події, створенні образу, культурно-ідеологічного контексту, формуванні стереотипів.

Так, у поданому нижче прикладі спостерігаємо зміну розміщення вступу, який традиційно слідує безпосередньо за заголовком:

***Out of sight, Somali piracy fight gets rougher.***

*When tanker master Miro Alibasic takes one of his company's vast ships across the Indian Ocean, he likes to have all the firepower he can get on board.*

*Having seeing last year how Somali pirates treat their captives, the 61-year-old is in no hurry to experience it again.*

*"It was hell on earth," he told Reuters by telephone from his home in the Croatian port of Dubrovnik.*

*The number of ships seized in the region by Somali pirates fell last year, industry data shows, but the overall number of attempted attacks continues to rise and the raids have become increasingly violent. (Reuters. com).*

Хоча заголовок даної статті й виражає основну ідею, за ним не слідує вступ, який мав би розкривати головну ідею, його знаходимо далі по тексті лише в четвертому абзаці. Натомість, йому передує менш важливий компонент структури новинного повідомлення – фон, в якому йдеться про очевидця висвітлених подій. Така структурна трансформація надає можливість автору апелювати до людський почуттів, викликати певні емоції, що, в свою чергу, не може не створювати необхідну атмосферу для сприйняття повідомлення.

Іноді новинні повідомлення піддаються ще більшим структурним трансформаціям, коли змінюється не лише послідовність структурних компонентів, а й повністю запозичується схема викладу матеріалу з текстів інших жанрів. Так, наступний новинний текст має не лише наративний, а й ігровий характер викладу матеріалу. І заголовок, і вступ, і головний текст починаються як вигадана подія, де головні герої і події описуються як історичні персонажі:

***Roman 'gladiators' arrested after clash of swords outside Colosseum.***

*For the first time perhaps since the fall of the Roman empire, a group of centurions faces prosecution for mounting an assault on brother officers just a few paces from the Forum.*

*Unknown to the attackers, their fellow “centurions” were undercover police officers sent to investigate claims of racketeering and fraud in the shadow of the Colosseum. Dozens of modern-day Romans dressed as centurions or gladiators make a living by posing for photographs alongside tourists in return for tips and by enticing them onto tours in exchange for payments from the organisers.*

*But the business has been plagued by complaints from holidaymakers of centurions resorting to threats, and allegations that it is a “closed shop” from which outsiders are rigorously, and sometimes brutally, excluded. The three men arrested on Wednesday have been accused of assault and risk additional charges of criminal conspiracy, according to the Corriere della Sera newspaper (The Guardian).*

З точки зору змісту, новинний текст також характеризується наявністю стійких тематичних блоків, таких як політика, спорт, освіта, культура та інші, які в свою чергу розподіляються на підтеми. Тематичні блоки базуються на двох дихотомічних основах: hard news – soft news, local news – foreign news. «Жорсткі» новини мають тверду фактологічну основу і відповідають на запитання що? де? коли?, які складають основу будь-якого новинного тексту, в той час як «м'які» новини враховують фактор людської цікавості, доповнюючи текст апеляцією до загальнолюдських цінностей та емоцій. Вони орієнтовані на те, щоб викликати співчуття, подив, захоплення [3, с. 74]. Для «м'якого» варіанту подачі інформації є важливим момент інтриги, «гри з мовою», особливий тон повідомлення, переключення уваги з підсумка на деталі, що надає великі можливості для впливу на читача [8, с. 6].

На лінгвістичному рівні нейтральна та деперсоніфікована подача інформації забезпечується цілим рядом морфолого-синтаксичних та лексико-фразеологічних особливостей. Так, новинний текст характеризується

насиченістю пасивних форм та безособових конструкцій, що привертає увагу в першу чергу до події; широким використанням теперішнього тривалого часу та конструкції *there is / are*, що підкреслює актуальність події. На лексичному рівні новинний текст характеризується високим рівнем синтаксичних словосполучень, переважним використанням обмежуючих прикметників, високим ступенем клішованості (30-40%). Крім того, в новинному тексті майже не використовуються конотативні словосполучення й ідеологічні єдності. Ефект достовірності підтримується наявністю великої кількості цитат та посилань. В той же час синтагматичні одиниці, якими насичений новинний текст, все ж відображають культурно-ідеологічні особливості певної мовної спільноти, таким чином, кожен інформативний текст, в тому числі й новинний, характеризується наявністю певної ідеології [3, с. 83 – 122].

Таким чином, при всій прозорості та суворості лінгвістичної й екстралінгвістичної структури новинного медіатексту та прагненню до нейтральної подачі інформації, новинний текст містить в собі численні можливості для маніпулятивного впливу на читача, «підштовхування» його до певної інтерпретації повідомлення й до поступового формування певної ідеології. Засобом такого впливу на читача є передусім структурні відхилення від класичної композиції тексту новин, а саме структурні трансформації або введення до структури новинного тексту факультативних компонентів.

**Перспективи** подальших досліджень вбачаємо в детальному аналізі та класифікації структурних трансформацій, які використовує англомовний новинний медіатекст, та встановити функції таких трансформацій.

#### **Список літератури:**

1. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика / В. В. Виноградов. – М.: Изд-во АН СССР, 1963. – 256 с.
2. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. Дейк ванн. – Б.: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.

3. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е, стереот. / Т. Г. Добросклонская. – М.: Едиториал УРСС, 2005. — 288 с.
4. Кобяков А. О жанрах современной газетной журналистики [Электронный ресурс] / А. Кобяков. – Режим доступа: <http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/genre/ak-genre.shtml>.
5. Конурбаев М. Э. Критерии выявления публицистических жанров. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: [учебное пособие. Отв. ред. М.Н. Володина] / М. Э. Конурбаев. – М.: 2003. – 185 с.
6. Пельт В.Д. Новость в газете. Проблемы информации в печати. Очерки теории и практики. Отв. ред. С.М. Гуревич / В. Д. Пельт. – М., 1971. – 121 с.
7. Тертычный А. А. Жанры периодической печати / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 320 с.
8. Шостак М. И. Журналист и его произведение [практ. пособие] / М. И. Шостак. – М.: Гепдальф, 1998. – 96 с.
9. Dominick J. R. The Dynamics of Mass Communication / J. R. Dominick. – New York: McGraw-Hill, 1993.
10. Hennessy B. Writing Feature Articles. A practical guide to methods and markets / B. Hennessy. – London: Focal Press, 1989.